

EXECUTIVE SUMMARY – MUDEC 2015-16	
Periodo somministrazione	Dalla fine di novembre 2015 alla fine di febbraio 2016
Strumento utilizzato	Questionario cartaceo, distribuito ai visitatori non scolastici auto compilato, con possibilità di supporto
Campione / margine errore	<p>In fase progettuale il Committente ha stimato un'affluenza di 200.000 utenti (dal 30/11/2015 al 23/12/2015, periodo di rilevazione inizialmente previsto).</p> <p>Il questionario è stato compilato da 127 visitatori; pertanto il campione intervistato non è pienamente rappresentativo del pubblico del Museo e i risultati sono da intendere come espressione dell'opinione personale dei rispondenti, utile comunque a cogliere eventuali spunti per il miglioramento continuo.</p>
RISULTANZE	
Caratteristiche del campione	<p>Età: il pubblico intervistato si distribuisce in modo omogeneo tra le fasce di età considerate (15/18 anni: 11%; 19/30 anni: 25%; 31/45 anni: 24%; 46/60 anni: 19%; oltre 60 anni: 20%)</p> <p>Genere: il questionario è stato compilato prevalentemente da un pubblico femminile (donne 81%).</p> <p>Cittadinanza: i rispondenti sono per la quasi totalità italiani (94%)</p> <p>Livello di scolarità: alto, il 32% degli utenti è infatti in possesso di diploma di scuola superiore e il 59% di laurea .</p> <p>Professione: gli intervistati sono per lo più studenti (28%) e liberi professionisti (17%)</p> <p>Il 41% degli intervistati abita stabilmente a Milano mentre il 47% si trova nella nostra città per turismo e il 12% per lavoro.</p> <p>Ai visitatori che non abitano a Milano è stato chiesto di indicare la città di provenienza e la relativa Provincia: si rileva che ha risposto il 54% degli intervistati (68 visitatori) e che oltre la metà di questi proviene da località lombarde.</p>
Aspetti legati alla visita del Mudec	<p>Oltre l'80% degli intervistati indica che si tratta della prima visita al Mudec</p> <p>Il museo è stato raggiunto dal 69% degli intervistati con i mezzi pubblici: il 56,3 % ha infatti utilizzato la metropolitana, l'11,1% l'autobus o il tram e l'1,6% il taxi; l'automobile e la moto sono state indicate dal 12,7% mentre il 18,3% ha preferito venire in bici o a piedi .</p> <p>Motivazioni che hanno indotto la visita del Museo (possibilità di più risposte):</p> <ul style="list-style-type: none"> • la visita di una mostra temporanea: 70% delle risposte • la visita al Museo: 37% delle risposte • l'offerta didattica per i bambini: 2% delle risposte • la proposta di eventi collaterali: 1% delle risposte

	<p>Sezioni visitate:</p> <ul style="list-style-type: none"> • le mostre temporanee : 64% delle risposte • la collezione permanente: 57% delle risposte • la collezione permanente nei depositi : 6% delle risposte • tutte le sezioni del Museo: 8% delle risposte • i focus: 2% delle risposte • Mudec Junior: 2% delle risposte <p>Durata della visita:</p> <ul style="list-style-type: none"> • circa un'ora : 41% del campione • più di un'ora: 52,5 % • meno di un'ora: 6,6%
<p>Canale di comunicazione e di conoscenza del Museo:</p>	<p>Il 30% degli intervistati ha appreso l'esistenza di questo Museo da "Internet e i Social Network", in secondo luogo da "la segnalazione di un conoscente" (19%). I canali di comunicazione più tradizionali vengono indicati complessivamente dal 38% del campione: il 14% indica i "Manifesti in città", il 12% gli "articoli su quotidiani/riviste", il 6% i "Manifesti in metropolitana" (6%); il 7% la "Scuola/Università" e il 25% indica più opzioni di risposta.</p> <p>Il 68,9% degli intervistati non è a conoscenza delle offerte culturali organizzate dal Mudec, il 31,1% ne è a conoscenza ma solo il 5 % di essi vi partecipa; si conferma come principale canale di comunicazione per coloro che rispondono di essere informati delle iniziative culturali "Internet e Social Network del Mudec".</p> <p>L'informazione sulle offerte culturali organizzate dal Mudec viene giudicata tempestiva per il 70% dei rispondenti, chiara per l' 85% e visibile per il 75%.</p>
<p>Valutazione del Museo e della collezione permanente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tutte le domande inserite nel questionario sono di tipo chiuso, ad eccezione dei suggerimenti • La scala di misurazione utilizzata è nel contempo numerica e semantica con le seguenti graduazioni: 1 /per niente soddisfatto, 2 /poco soddisfatto, 3/soddisfatto, 4 /molto soddisfatto. • La valutazione puntuale dei fattori di qualità presi in esame è estesamente esposta da pag. 16 a pag. 20 della relazione. • Tutti gli aspetti del museo hanno conseguito una valutazione positiva da parte del campione di visitatori • Nessuno degli item presi in esame presenta valori critici inferiori ad un valore medio di 2,5. • Si riscontra una soddisfazione più contenuta relativamente alla segnaletica che guida alle diverse sezioni del museo (item 2 della domanda 3.1, valore medio 3 e 26,2% di insoddisfatti) e di quella che indica il percorso di visita della Collezione Permanente (item 1 della domanda 3.2, valore medio 2,9 e 30% di insoddisfatti) • gli orari di apertura soddisfano l'89% del campione (item 1, valutazione media 3,5) • la pulizia dei locali è ritenuta soddisfacente dal 92% (item 5, valutazione media 3,6)

	<ul style="list-style-type: none"> • il 95% degli intervistati valuta positivamente il servizio di biglietteria (item 4, valutazione media 3,5) • chi ha fruito del sistema di prenotazione ne è rimasto soddisfatto (item 3, valutazione media 3,4) • l'89% di coloro che nel campione ha utilizzato il wi-fi gratuito lo reputa efficiente (item 8, valutazione media 3,4) • il 76% degli intervistati si ritiene soddisfatto dai punti di sosta e di riposo presenti nel Museo (item 6, valutazione media 3,2), aspetto comunque che si consiglia di presidiare nel tempo. • il 94% del campione valuta con soddisfazione la gentilezza e disponibilità del personale del Museo (item 7, media 3,5). <p>In riferimento alla Collezione Permanente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • l'88% dei rispondenti esprime un giudizio di soddisfazione per i contenuti proposti, (item 7, valutazione media 3,3) • il 75% degli intervistati ritiene il percorso di visita coerente e comprensibile (item 2, valutazione media 3,1). • l'88% degli intervistati si considera soddisfatto dai pannelli esplicativi, giudicati comprensibili e scorrevoli (item 6, valutazione media 3,2) e dalle didascalie, ritenute esaustive e visibili per il 77% (item 5, valutazione media 3,1) • l'82% dei rispondenti si ritiene soddisfatto dalla visibilità consentita dall'illuminazione e dalle vetrine (item 4, valutazione media 3,2). • il 91% del campione ritiene che lo spazio nelle sale consenta di vedere bene le opere esposte (item 3, valutazione media 3,4). • gli item 8, 9, 10 e 11 si riferiscono a servizi opzionali ovvero l'audioguida e la visita guidata, i laboratori per i bambini e la visita su prenotazione della collezione situata nel deposito: i rispondenti sono al massimo un paio di decine ed esprimono valutazioni generalmente positive.
<p>Valutazione complessiva della visita al Mudec</p>	<p>La valutazione complessiva della visita al Museo delle Culture indica apprezzamento da parte del pubblico intervistato: si riscontra infatti un giudizio medio di 3,18 e l'89,5% di rispondenti soddisfatti, di cui il 31,6% molto soddisfatto.</p> <p>Le valutazioni di scarso gradimento rappresentano il 10,5% e solo 3 intervistati esprimono un giudizio completamente negativo.</p> <p>La valutazione positiva trova conferma nella domanda successiva in cui tutti i rispondenti consiglierebbero ad altre persone la visita di questo Museo e il 95,6% pensa che tornerà a visitarlo in futuro.</p> <p>La valutazione complessiva è esposta nelle pagine 22 e 23 della relazione.</p>
<p>Suggerimenti: domanda aperta per intercettare eventuali proposte dei visitatori</p>	<p>Alla domanda aperta hanno risposto 27 visitatori (21 % del campione; i suggerimenti raccolti sono inerenti a diversi aspetti quali la pubblicizzazione del Museo e delle iniziative e il miglioramento della segnaletica e di alcuni allestimenti; per la sintesi dei suggerimenti si rimanda alla tabella 18, pagina 21, della relazione.</p>